

2025年8月期 第3四半期 決算説明資料



株式会社エータイ

2025. 7. 15

目次

Section 0	第3四半期業績サマリー
Section 1	事業内容・会社情報
Section 2	市場環境
Section 3	業績ハイライト
Section 4	成長戦略
Section 5	よくあるご質問

第3四半期 業績サマリー



Business Profile

開苑寺院数

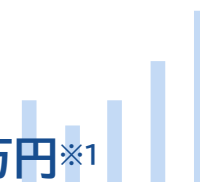
88ヶ寺

前期末比+8ヶ寺



1寺院当たり売上高

25.8百万円※1



開苑済展開エリア

14都道府県

新たに関西圏に開苑



Key Financials

営業利益率

27.6%※2



売上高

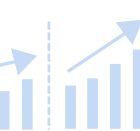
21.7億円

前年同期比+4.4億円



売上高前年同期比

125.4%



Company Profile

累計供給区画数※3

38,501基

前期末13.2%増



累計成約者数

31,475組

前期末+3,735件増



※1 2025年第3四半期累計売上高2,172百万円を期中平均開苑寺院数((期初開苑寺院80+期末開苑予定寺院88)/2)で除して計算。

※2 2025年第3四半期累計営業利益率(2025年第3四半期累計営業利益600百万円/売上高2,172百万円)として計算。

※3 累計供給区画数は個別区画(未成約も含む)のみカウントし、累計成約者数は、全ての新規契約者数をカウント

Section 1

会社概要・市場環境



事業内容



- ✓ 永代供養墓[※]の企画・建立・運営・販売代行に関して寺院をフルサポートし、寺院とユーザーをつなぐ寺院コンサルティング業を運営

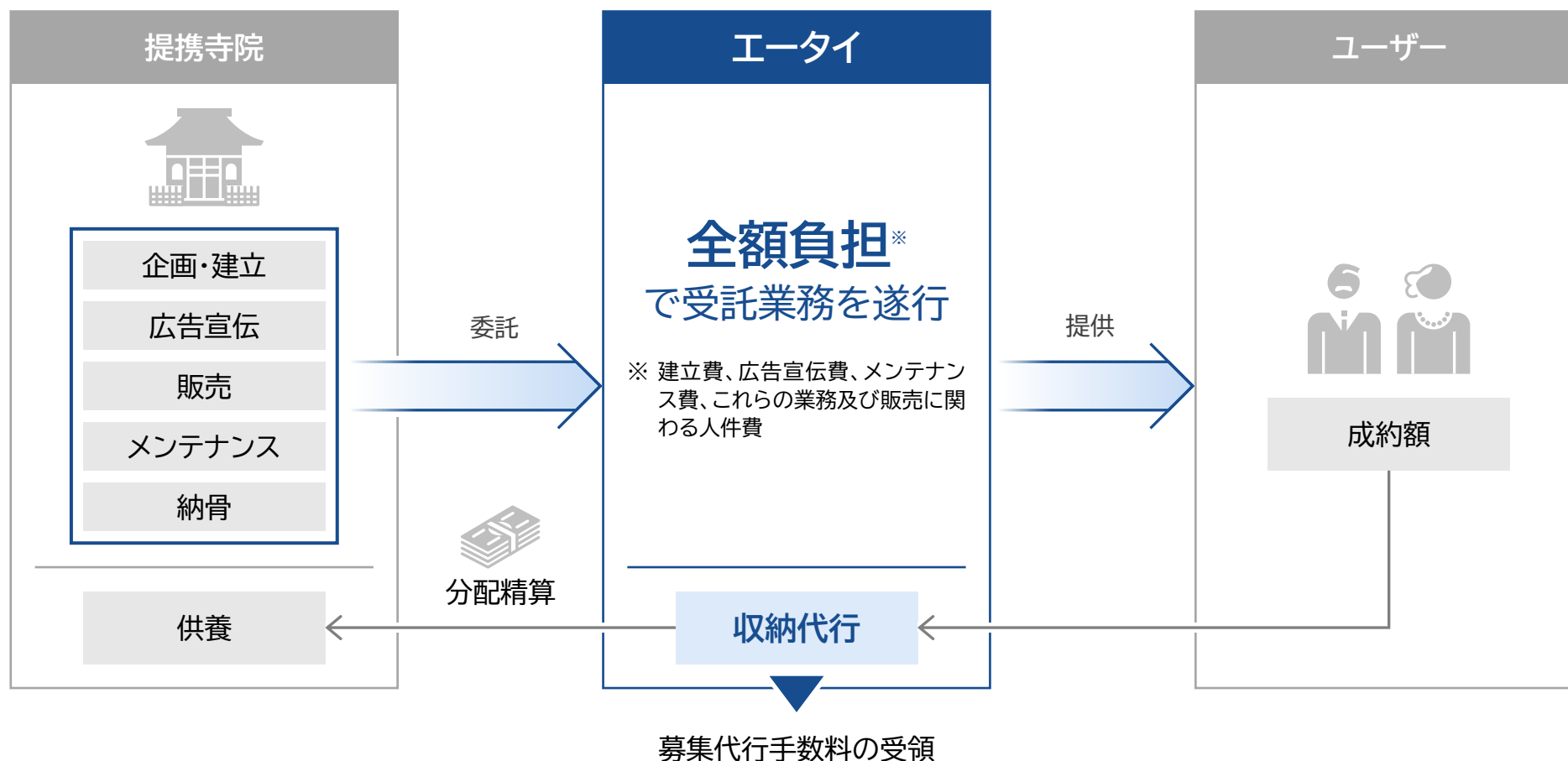
※ 永代供養墓とは、墓の供養・管理を寺院に任せることができる「永代供養」のついた墓を指します



収益構造



- ✓ **エータイが全額負担**し永代供養墓の運営に関する業務を受託。ユーザーが支払う成約額の一部を募集代行手数料として受領する収益構造を構築。
- ✓ 全額負担する費用は、**建立費、広告宣伝費、メンテナンス費**、これらの業務及び販売に関する人件費。



会社概要（2025年8月期 第3四半期末時点）



会社名	株式会社エータイ
設立	2004年10月
所在地	東京都千代田区神田錦町三丁目21番地
資本金	20,000千円
構成役員	代表取締役 樺山 玄基
	取締役 田中 佑治(公認会計士)／蓑毛 誠子(弁護士)／石川 大祐(公認会計士)
	監査役 細矢 祐輔／森 英之(公認会計士)／高橋 壮介(弁護士)
事業内容	寺院コンサルティング事業
決算期	8月

ビジョン・ミッション



理念

－創業時からエータイが大切にしてきた価値観－

人と人のこころのつながりをサポートし、社会のこころを豊かにする

ビジョン

－目指すべき世界(エータイだけでは実現できない壮大な夢)－

ポジティブな超高齢社会を創造する

ミッション

－ビジョン世界の実現のためにエータイが行うこと－

みんなの未来を安心とワクワクで満たすサービスを提供する

Section 2

市場環境

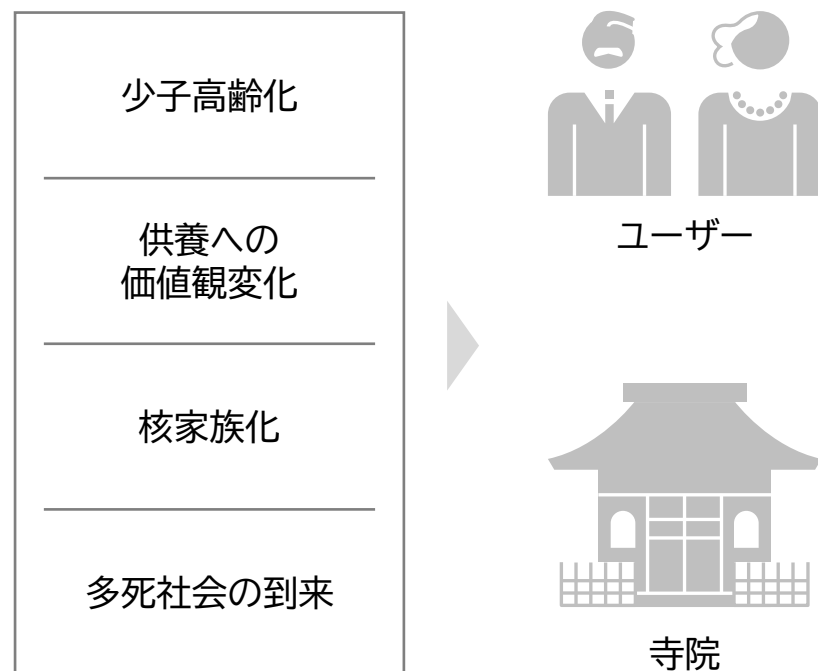


社会的課題

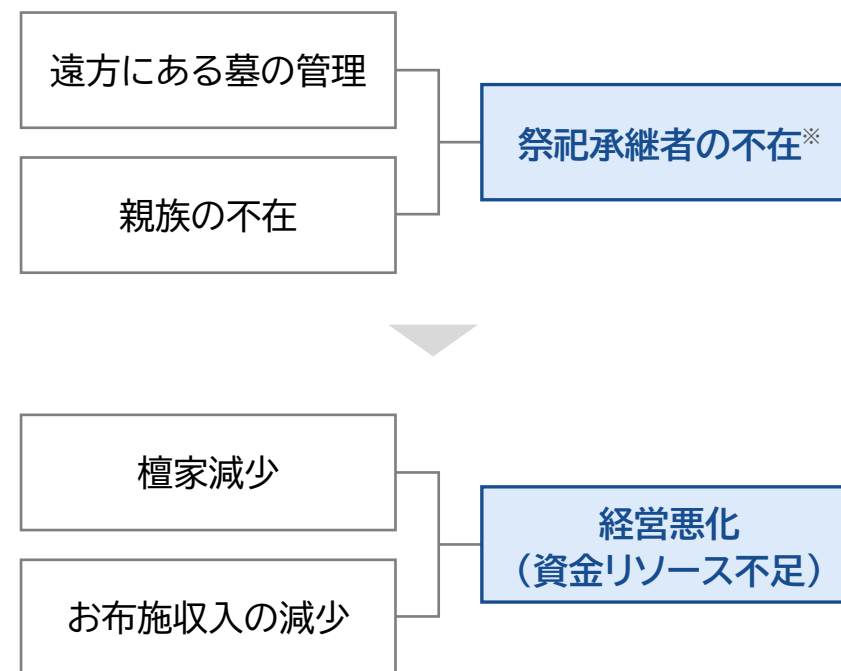


- ✓ 「供養への価値観の変化」、「核家族化」等といった現代社会の構造変化がお墓の利用者であるユーザーと寺院に影響を与えている。
- ✓ ユーザーにおいては、お墓等を継承する「祭祀承継者の不在」、寺院においては檀家減少によるお布施収入の減少が課題。

社会現状



具体的な課題

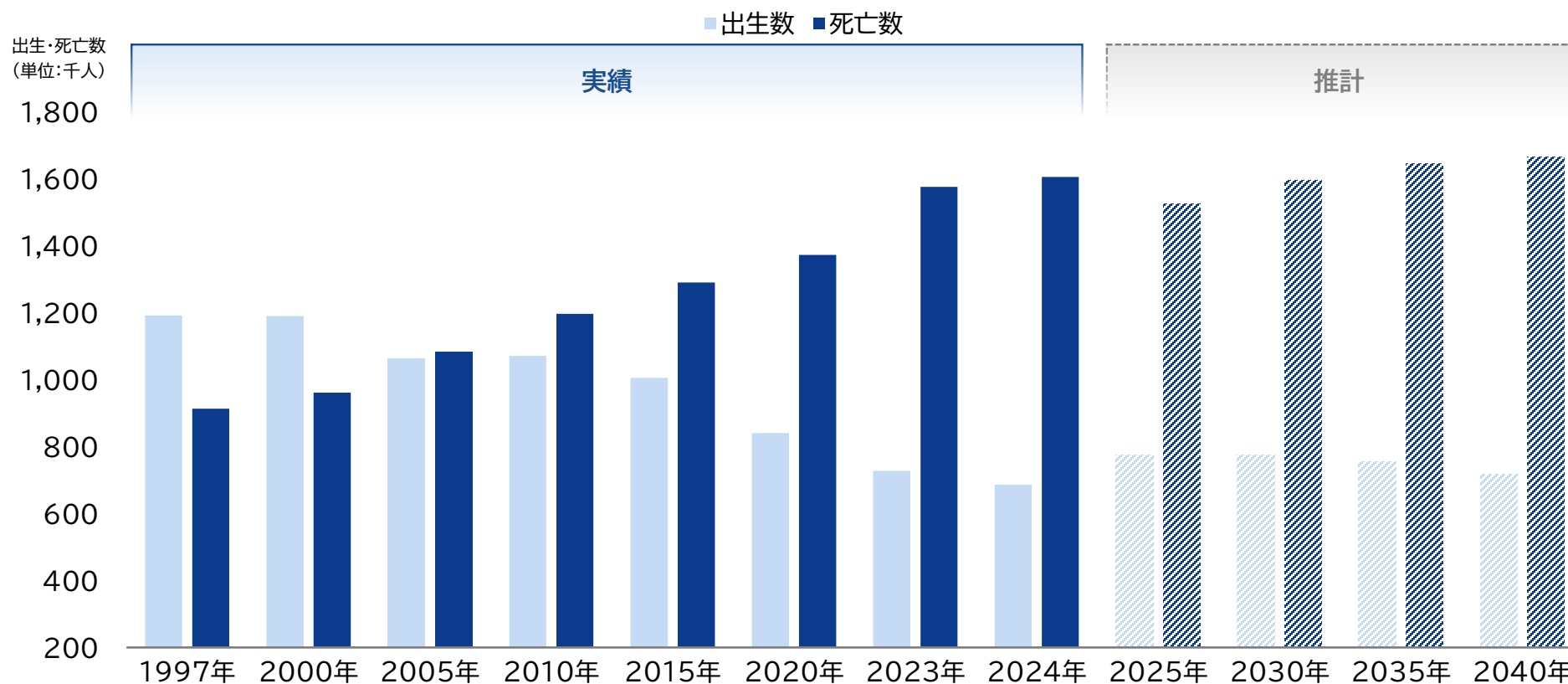


※ 祭祀承継者とはお墓や仏壇などを承継する人のことを言う。

事業環境 ― 出生数と死亡数 ―



- ✓ **出生数の減少**により祭祀承継者は不足し、**死亡数の増加**により納骨数は増加していく見込み。
- ✓ 推計値では、2040年まで死亡数は増加していく見込み。



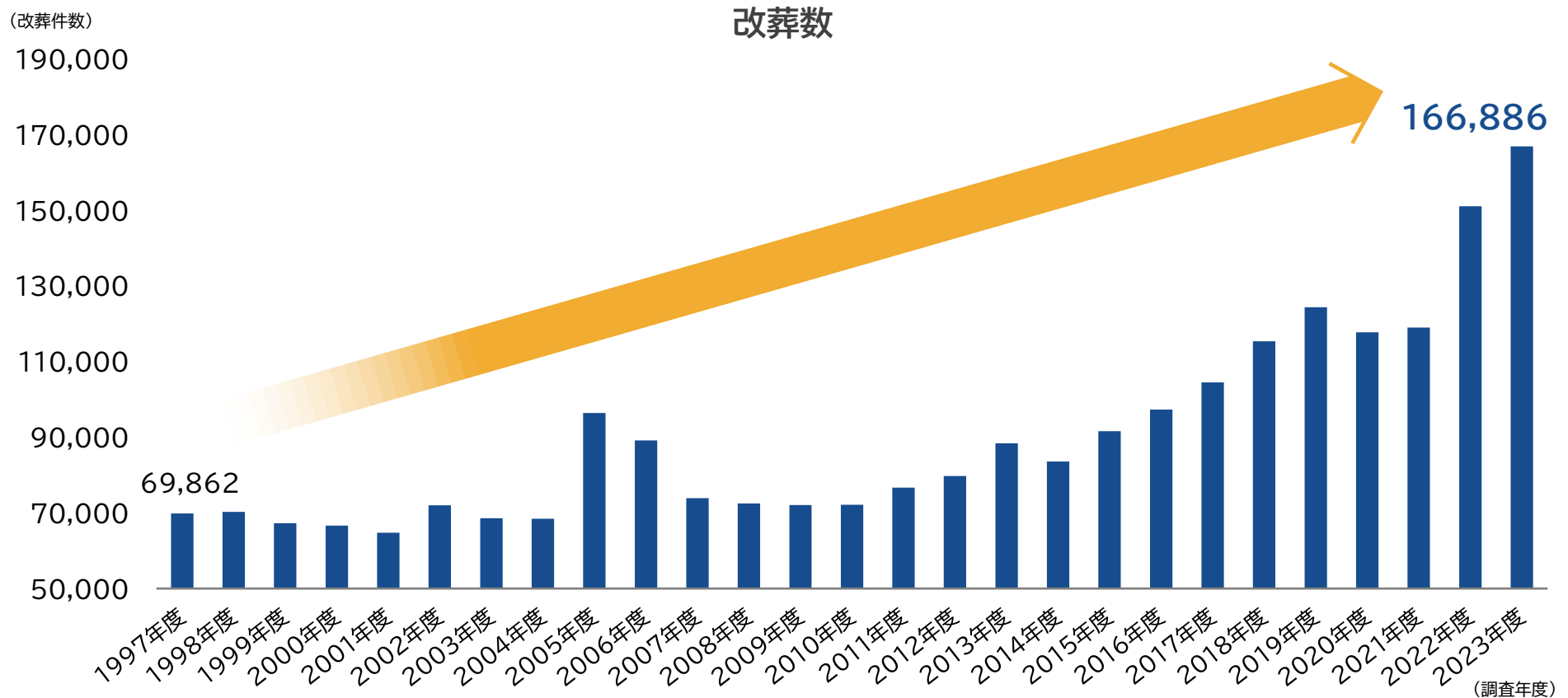
出典:

- 実績: 厚生労働省-「統計情報・白書」-令和6年(2024)人口動態統計月報年計(概数)の概況から数値引用
- 推計: 国立社会保障・人口問題研究所-日本の将来推計人口(令和5年推計)-出生中位(死亡中位)推計(令和5年推計)から数値引用

事業環境 — 改葬数 —



- ✓ 少子高齢化や多死社会の到来による祭祀承継者不足が改葬(墓の引越)件数を増加させていると推測される。
- ✓ 2023年度の改葬数は、1997年度の約2.4倍にまで増加。



出典:「政府統計の総合窓口(e-Stat)」、統計データを探す-統計名「衛生行政報告例」から数値引用

事業環境 — 市場規模 —



- ✓ 社会背景を追い風に、新規墓地件数・市場規模ともに**永代供養墓市場は大きな成長**が見込まれる。
- ✓ 永代供養墓の市場規模は、2017年→2030年での年平均成長率は約6.4%が見込まれる。



出典：株式会社矢野経済研究所「永代供養墓市場に関する調査」よりデータ抜粋

※ 市場規模推定における前提・仮定(件数ベース)

- ① 墓の購入者の出現率に影響を与える因子を「人口・世帯数」と「死亡者数の増減」と規定
- ② このうち、将来的な死亡者数の増減率は、あらゆる種類の墓の購入者の出現率に等しく影響を与えるものと仮定
- ③ 一般墓の購入者の出現率は、過去5年間と同様のペースで今後も微減傾向が継続するものと仮定
- ④ 納骨堂及び樹木葬の購入者の出現率は5年ごとに一定の割合で鈍化していくものと仮定

※ 永代供養墓市場は、樹木葬、納骨堂、その他の墓種別に分かれる

※ 市場規模推定における前提・仮定(金額ベース)

墓種別の平均購入価格が、2021年と変わらず今後も一定であると仮定

事業環境 ーなぜ、ユーザーは永代供養墓を選ぶのかー



- ✓ 永代供養墓は、祭祀承継者が不在でも、**寺院が永代にわたり管理と供養**を行うお墓であり、現代のユーザーニーズにマッチした、「**始めやすく、選びやすく、維持しやすい**」お墓であると言える。

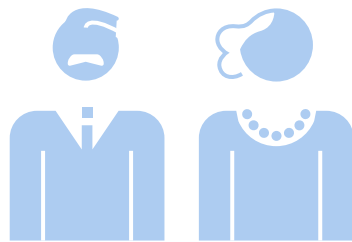
	従来の伝統的な墓	永代供養墓
祭祀承継者	必要 いなければ無縁墳墓に	不要
墓の管理	必要 しなければ雑草だらけ	不要
管理費等	必要	不要
	▼	▼
	始めにくく、 選びにくく、維持しにくい	始めやすく、 選びやすく、維持しやすい

エータイが提供する永代供養墓の特長



- ✓ エータイが提供する永代供養墓や納骨堂は、**永代供養墓の建立費を全額エータイが負担し、墓地運営に関してもフルサポート**で寺院に提供し、**継承や年間管理費が不要**の永代供養墓をユーザーに提供。
- ✓ エータイの永代供養墓は「**始めやすく、選びやすく、維持しやすい**」特長を持つ。

- 祭祀承継者は不要
- 様々なラインアップの永代供養墓
- 年間管理費不要※
- 過去の宗旨宗派不問



- 建立費用はエータイ負担
- 企画・建立から運営までフルサポート



始めやすく、選びやすく、維持しやすい。

商品ラインアップ



- ✓ エータイが提供する永代供養墓や納骨堂は、多彩なラインアップを取り揃え、寺院もユーザーも選びやすい環境を構築。

永代供養墓

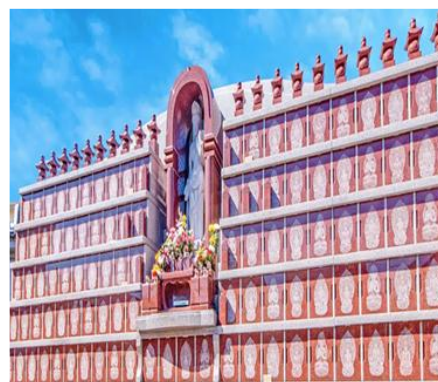
やすらぎ

最も手頃な価格の永代供養墓。
ご希望の安置期間経過後、合祀する
プラン。
※合祀(ごうし)とは、他のご遺骨と一緒に埋葬
する方法のこと。



やすらぎ五輪塔

マンションの一室のような形のお墓
で、骨壺の状態で個別に納骨される
プラン。安置期限なく永代にわたり
利用可能。最大8名まで納骨可。



やすらぎの郷

ひな壇のような形のタイプの墓。
骨壺の状態で個別に納骨されるプ
ラン。安置期限なく永代にわたり
利用可能。最大8名まで納骨可。



冥福五輪塔

永代供養墓でありながら、個別に
眠れる限定区画。
安置期限なく永代にわたり利用可能。
最大8名まで納骨可。



商品ラインアップ



- ✓ ユーザーからの人気が高い都市型樹木葬や納骨堂といった商品ラインアップも提供。

樹木葬

自然想 やすらぎの風

庭園風の明るく開放的な樹木葬。
墓標は「石の墓誌」を使用し、故人の眠る
場所が明瞭。個別タイプの場合は、安置
期限なく永代にわたり利用可能。



自然想 やすらぎの樹石

高級感ある石材と自然が調和した
スタイリッシュな都市型の樹木葬。
個別タイプの場合は、安置期限なく永代に
わたり利用可能。



納骨堂

御守閣

全天候型の屋内納骨堂。天候に関
わらず、参拝可能。
また、水線香や花塔婆といったお墓
参りに必要なものが備わっており、
気軽に参拝可能。個別タイプの場合、
仏具一式がフルセット。



Section 3

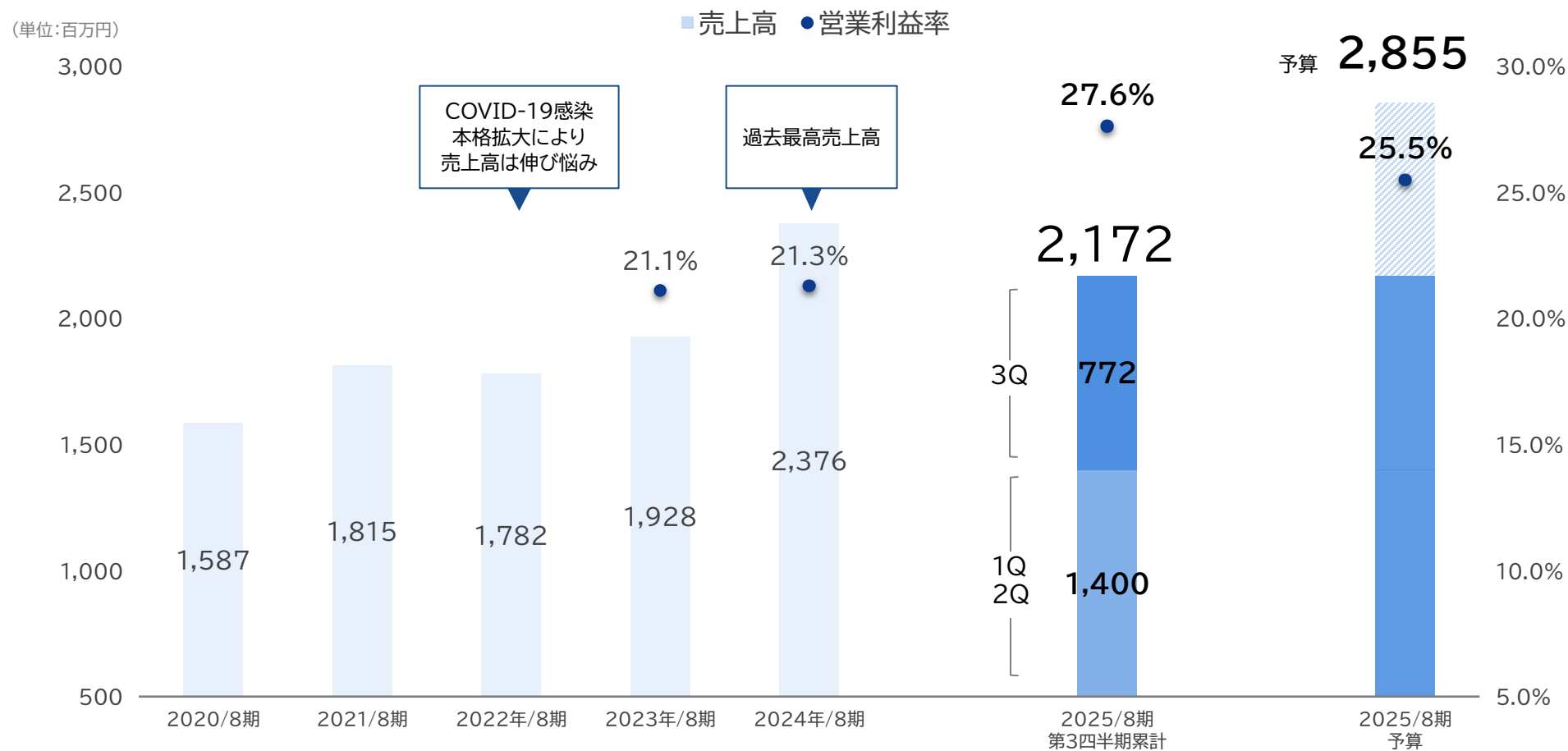
業績ハイライト



業績ハイライト – 売上高・営業利益率 –



- ✓ 第3四半期累計実績は、**売上高2,172百万円・営業利益率27.6%**で着地。
- ✓ 通期営業利益率は25.5%を見込む。第4四半期も複数の新規開苑寺院を見込んでいるが、第4四半期は閑散期であることから売上高を保守的に見込んでいる。その一方で、通期の好調な売上高に基づく賞与引当金繰入額の増加、建立費である長期前払費用の償却費負担の増加から、利益率は第3四半期累計期間と比較してわずかに低下する見込み。



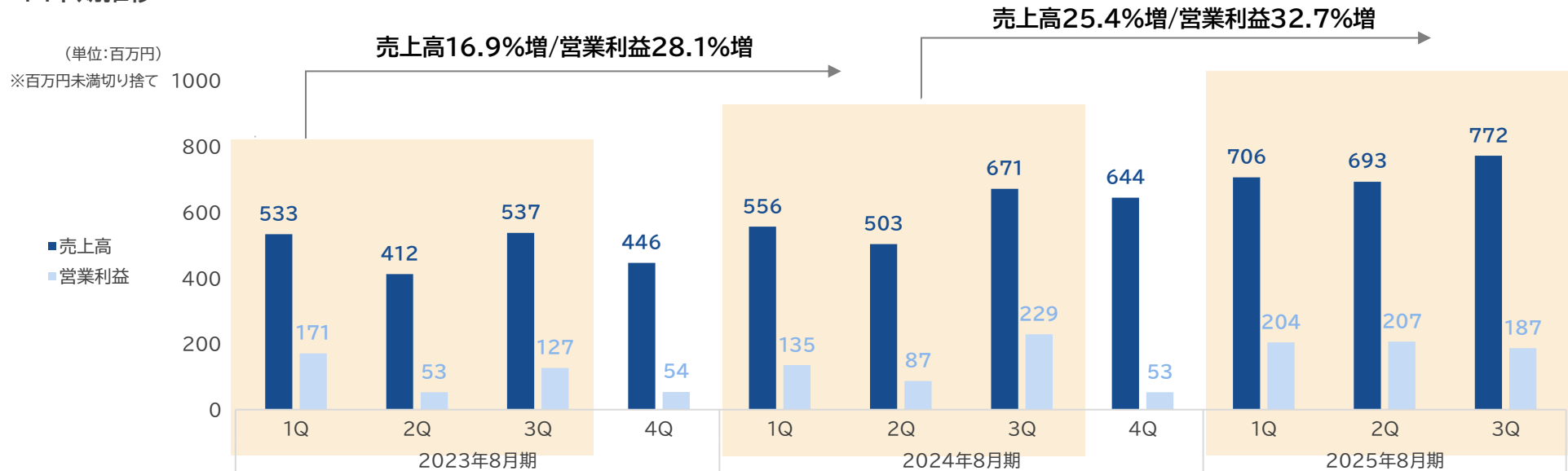
※2025年8月期第3四半期の数値については、監査法人のレビュー対象外。

業績ハイライト – 四半期推移 –



✓ 第3四半期累計期間は、前年同期比で**売上高は25.4%増**、**営業利益は32.7%増**であり、トップラインと営業利益は高い成長を維持。

四半期推移



概要

● 今期新規開苑寺院売上高
第3四半期累計で8寺院が開苑、**140百万円の純増実績**を確保。

● 既存開苑寺院売上高
第3四半期累計で前年同期比**304百万円(17.6%)の増収**を確保。

● 現地見学数と成約

- 当社ホームページ媒体の流入強化並びに新聞折込媒体の好調に伴い、前年同期比で**23.5%増の大幅増件**。
- 丁寧で確実なクロージングにより、現地見学者の半数以上が成約するトレンドを維持。

第3四半期累計
444百万円^{※1}(25.8%)増

※各四半期の数値については、監査法人のレビュー対象外です。

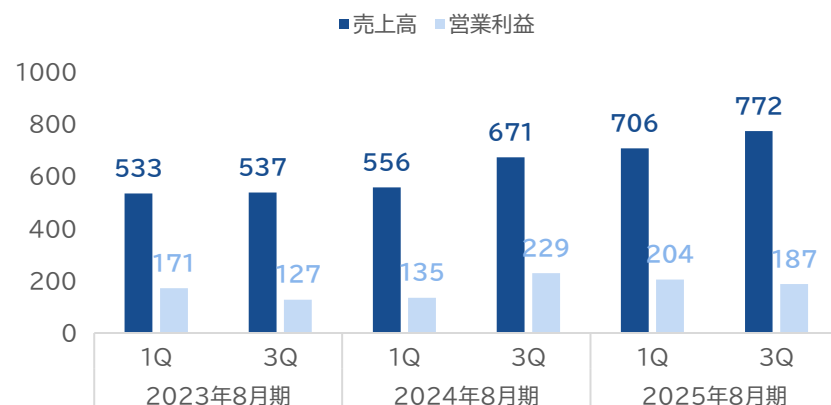
※1:改葬業務に係る取引先への案件紹介並びに葬儀施行に係る手数料収入等の3百万円の売上減少は含まない。

業績ハイライト – 繁忙期・閑散期推移 –

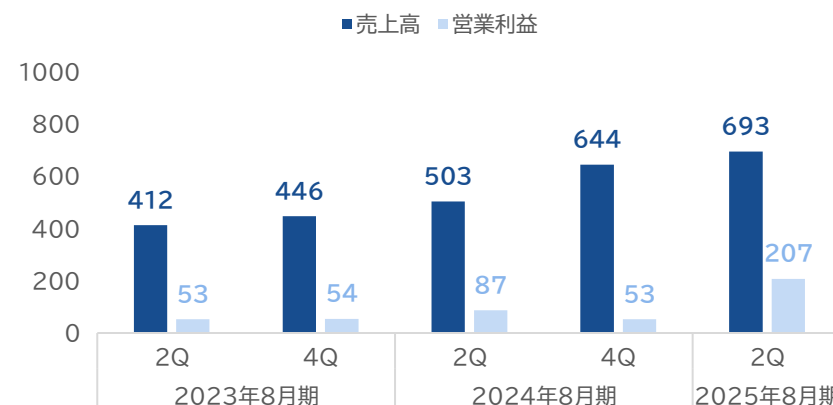


- ✓ 繁忙期にあたる2025年8月期第3四半期会計期間は、前期同会計期間比の売上高は15.1%増を確保。その一方、営業利益は18.3%減。
- ✓ 生前での永代供養墓購入者もいるところ、天候により現地見学者数に影響を与え、繁忙期・閑散期が存在。

繁忙期(1Q・3Q)



閑散期(2Q・4Q)



概要

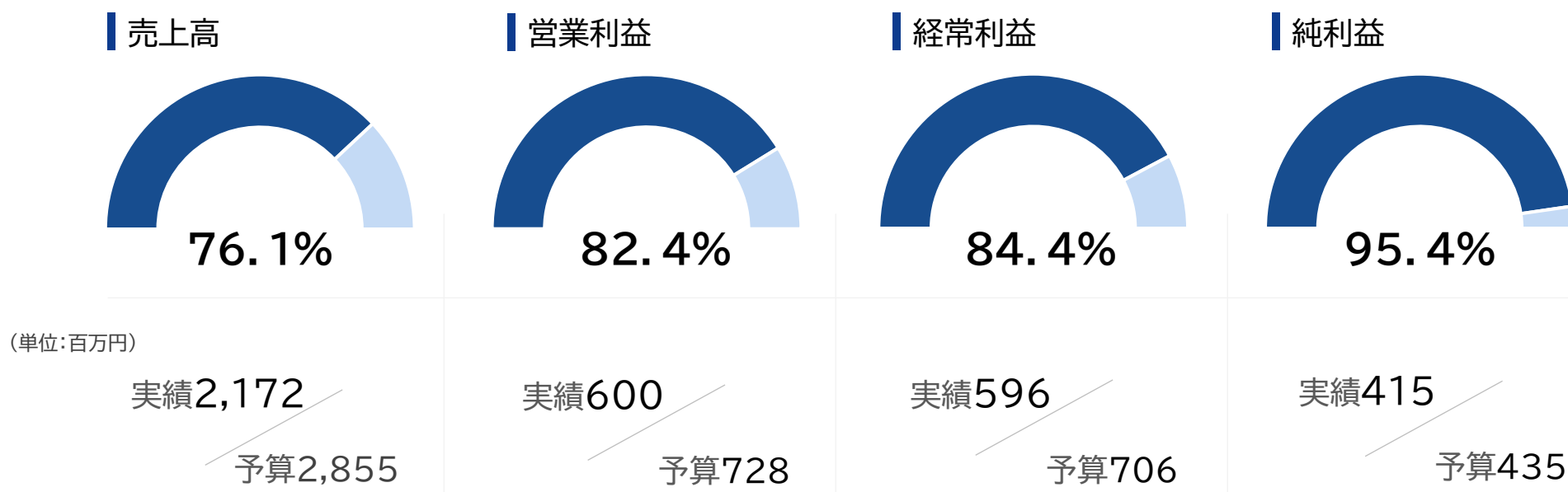
- 2025年8月期第3四半期会計期間の営業利益について
 - 好調なトップラインから、当社人事制度に基づく賞与引当金繰入額が増加
 - 4Q以降来期をも見据えたさらなるトップラインの確保のため広告宣伝費を増加
- 2025年8月期の繁忙期、閑散期の売上比率について
 - 当社ホームページの媒体の流入強化取組により2024年1月頃(2024年8月期)より、現地見学者数が純増。閑散期である2025年8月期第2四半期もそのトレンドを維持し、閑散期にも関わらず繁忙期並みの売上を確保。

第3四半期会計期間
42百万(18.3%)減

業績ハイライト – 予算進捗–



- ✓ 2025年8月期予算進捗は、いずれも好調な進捗。
- ✓ 営業利益に関して、堅調なトップラインの推移並びに効率的な事業運営から好調に推移しており、来期を見据えた広告宣伝費の先行投資余力を確保。



概要

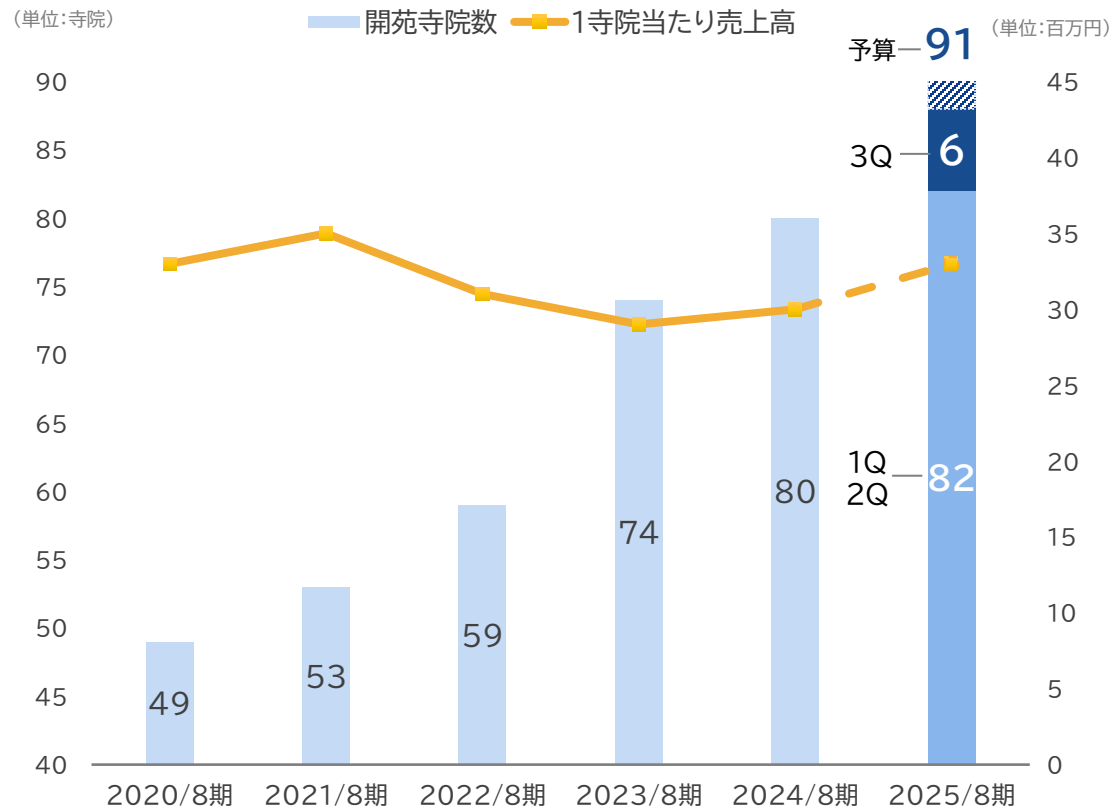
- 2025年8月期 純利益について
 - 第3四半期以降、上場関連費用の計上、さらに、期末決算にて一定の減損損失の計上を見込む。

主要KPI – 開苑寺院数と1寺院当たり売上高 –



- ✓ 第3四半期で6寺院(今期累計8寺院)が開苑し、新たに大阪府へ展開を開始。
- ✓ 1寺院あたり売上高は、新規開苑寺院の堅調な売上確保並びに既存開苑寺院の増収により、前期比での改善が見込まれる。

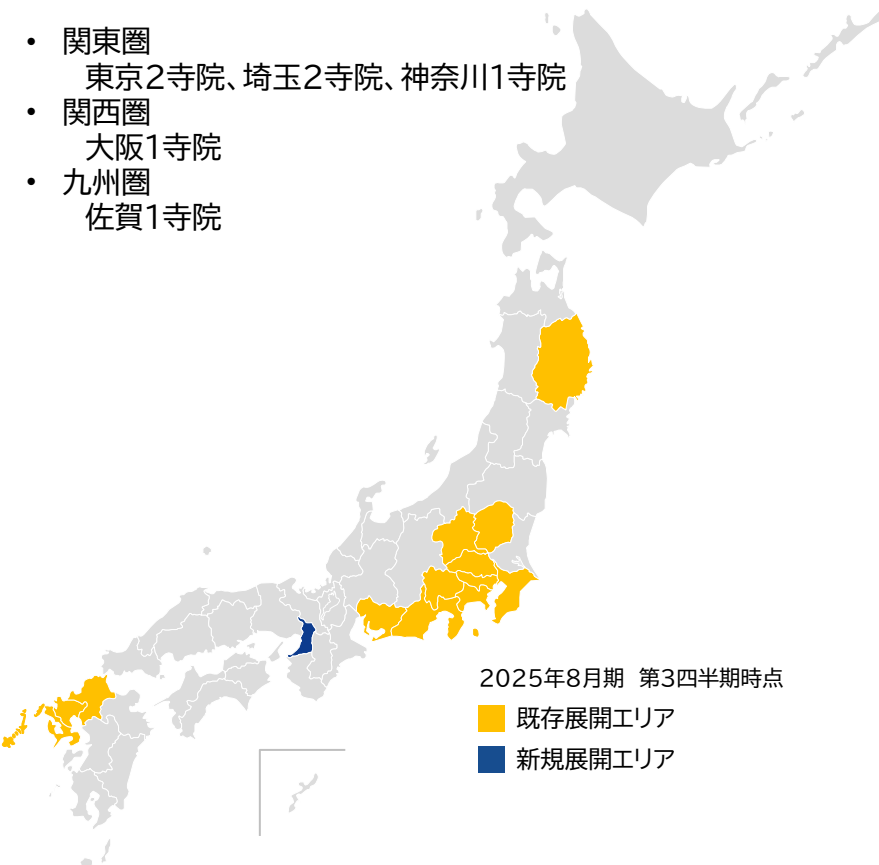
開苑寺院数と1寺院当たり売上高



※1寺院当たり売上高は、売上高を期中平均開苑寺院数((前事業年度末開苑寺院数+当事業年度末開苑寺院数)/2)で除して計算

※2025年8月期の1寺院当たり売上高は、売上高予算2,855百万円を期中平均開苑寺院数((期初開苑寺院80+期末開苑予定寺院91)/2)で除して計算

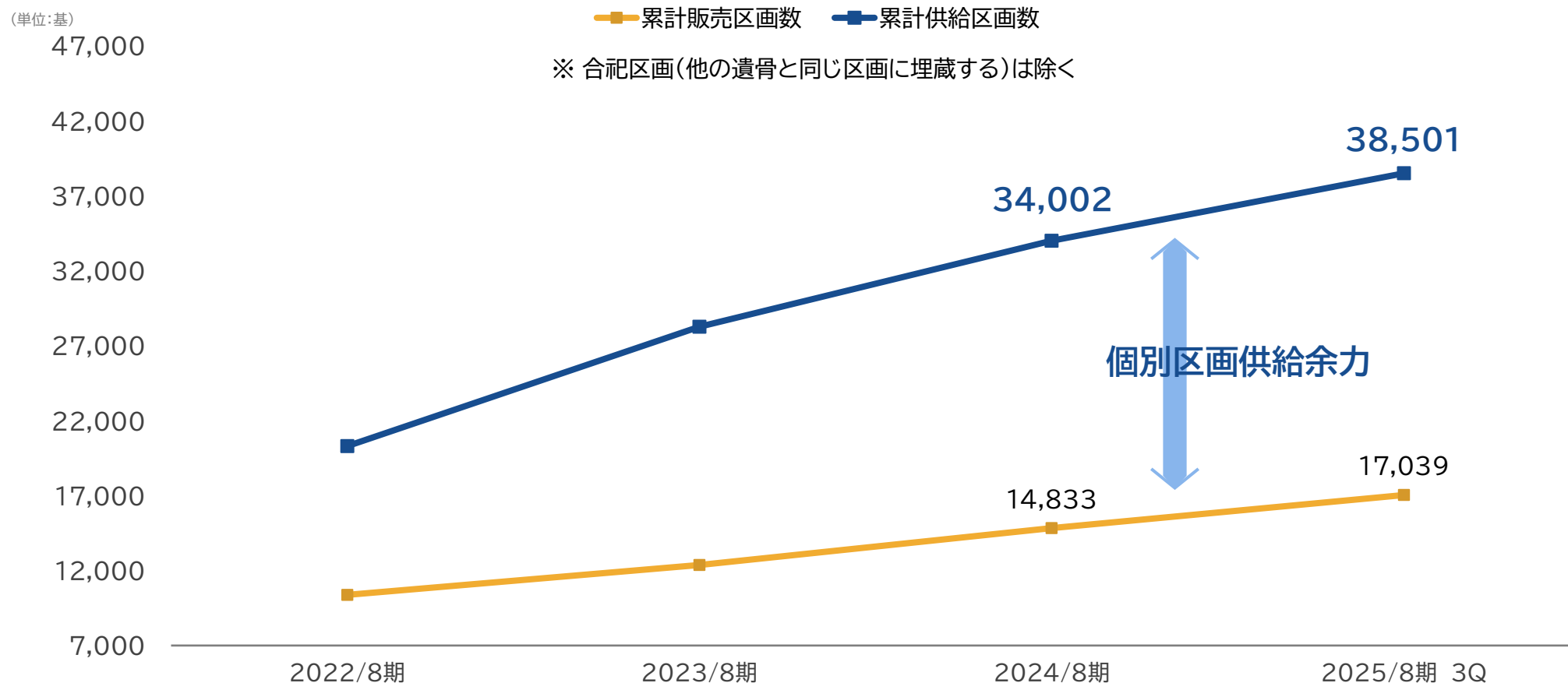
開苑寺院エリア



主要KPI - 供給区画-



- ✓ 8寺院の新規開苑並びに既存開苑寺院での増設により、**前期末+4,499基(+13.2%)の販売仕込在庫を確保。**
- ✓ 個別区画の販売数は、前期末+2,206基(+14.8%)と順調な販売数を確保。
- ✓ 当社が独占的に販売できる権利を保有する個別区画だけでも**供給余力は21,462基(前期末+2,293基)**が存在、開苑エリアの供給力を維持。



Section 4

成長戦略



成長戦略 ー寺院開発戦略ー



- ✓ 紹介案件の能動的な創出により、参入障壁の高い寺院との提携を加速させる

チャンネル

01

既存開苑寺院からの紹介



チャンネル

02

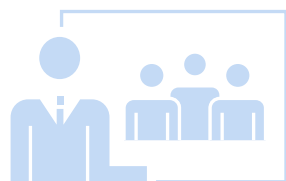
石材店等の
取引先業者からの紹介



チャンネル

03

顧問紹介サービスに登録されている
人材人脈の活用



チャンネル

04

従業員人脈の活用



成長戦略 ー新規エリア展開ー



- ✓ ドミナント戦略を前提に、**主要都市を中心**としたエリアハアプローチ。
- ✓ AI売上予想分析に基づく選別後、DM送付した上でのアプローチ並びに紹介系口の模索による営業活動を実施。
- ✓ AI予想売上分析は、既存開苑寺院データを学習させ、精度精緻に努める。

エリア分析

… 全国市区町村人口動態に基づく、市区町村墳墓需要推定

寺院ターゲット選別

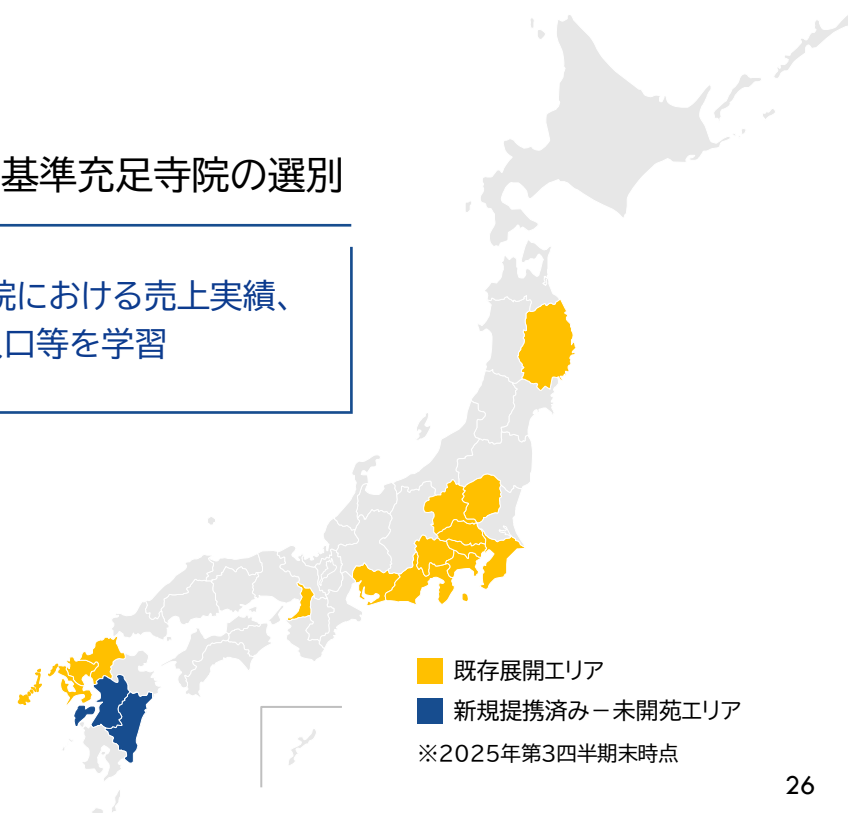
AI売上予想分析に基づく、基準充足寺院の選別

…

AIの活用

既存開苑寺院における売上実績、
住所、商圈人口等を学習

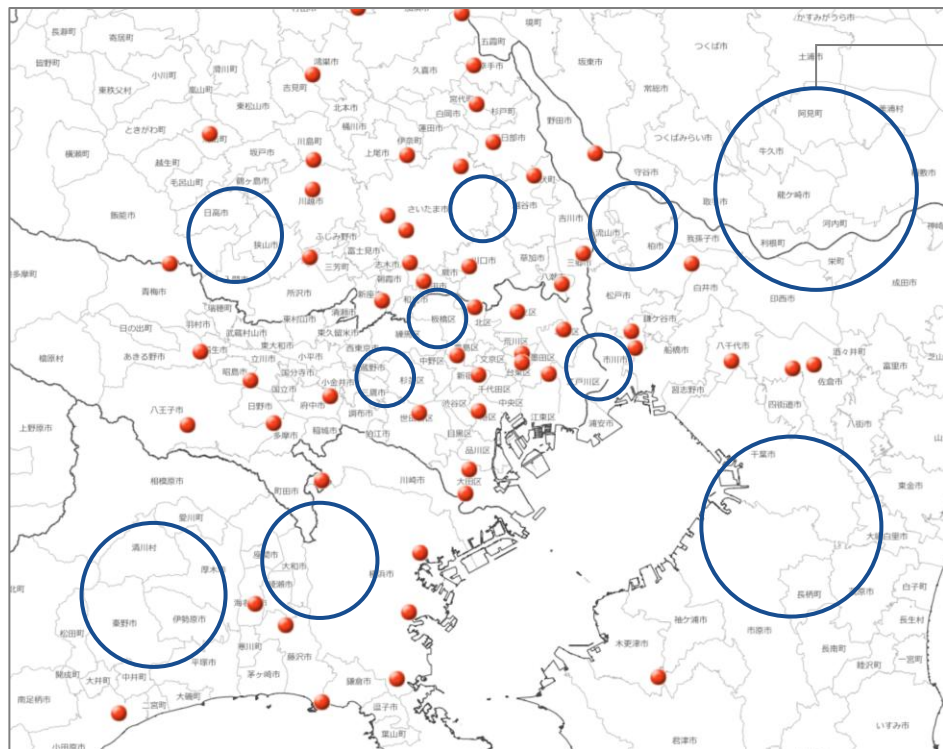
アプローチ



成長戦略 — 既存展開エリア強化 —



- ✓ 既存展開エリアでの営業を強化、ドミナント戦略徹底によりさらなる高収益体質を目指す。
- ✓ 関東圏でも空白地域は多数存在、拡大余地は大きい。



アプローチ条件

AI売上予想分析による
見込成約額 > 約40百万円／年

既存開苑寺院における年間平均成約額と
同等のターゲット抽出

既存展開エリアのアプローチ可能寺院数
(東京・埼玉・千葉・神奈川)

6,300ヶ寺

出典：国土地理院白地図を加工して作成

※ ● 2024年8月末時点 エータイ開苑寺院の一部所在地

成長戦略 – エリア戦略 –



- ✓ 新規開苑寺院における**増設を見越した開発**と既存開苑寺院における**増設**を実施。
- ✓ 開発時は、展開エリアでの永代供養墓供給数を途絶えさせないことを重視。増設時は、需要に応じて、空きエリア・無縁墓のあるエリア等にまで永代供養墓建立を拡張し、**エリアでの安定した収益確保**を目指す。

新規開苑寺院

- 1 増設スペースも見越した寺院の開発

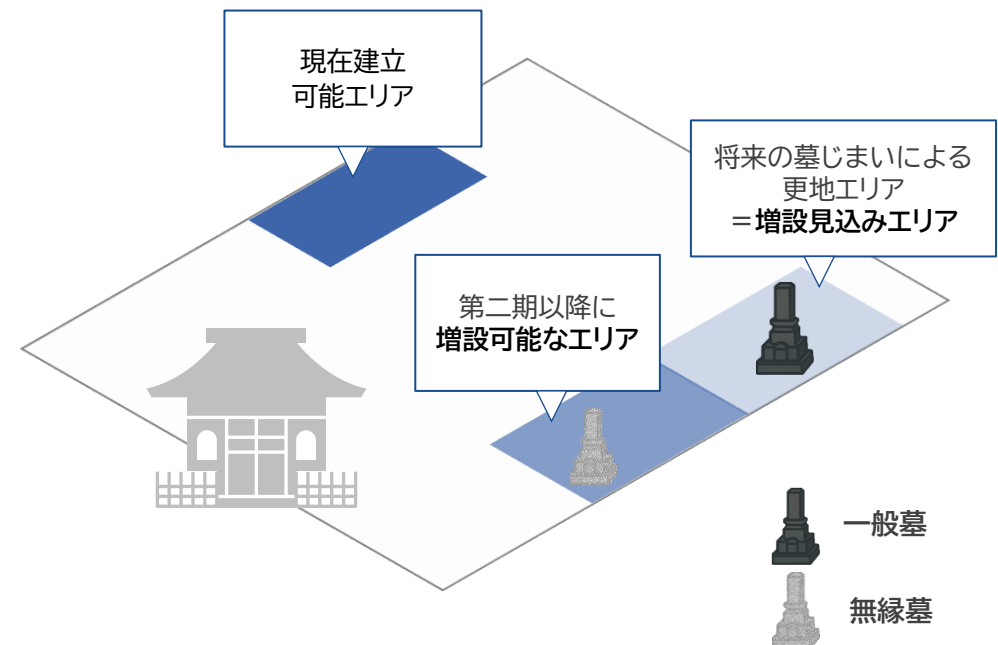
既存開苑寺院

- 1 寺院との良好な関係
- 2 広告宣伝活動によりマーケット創出済



空きエリアへの増設(将来墓じまいの可能性のあるエリアも含む)を可能とし、安定的な収益を獲得

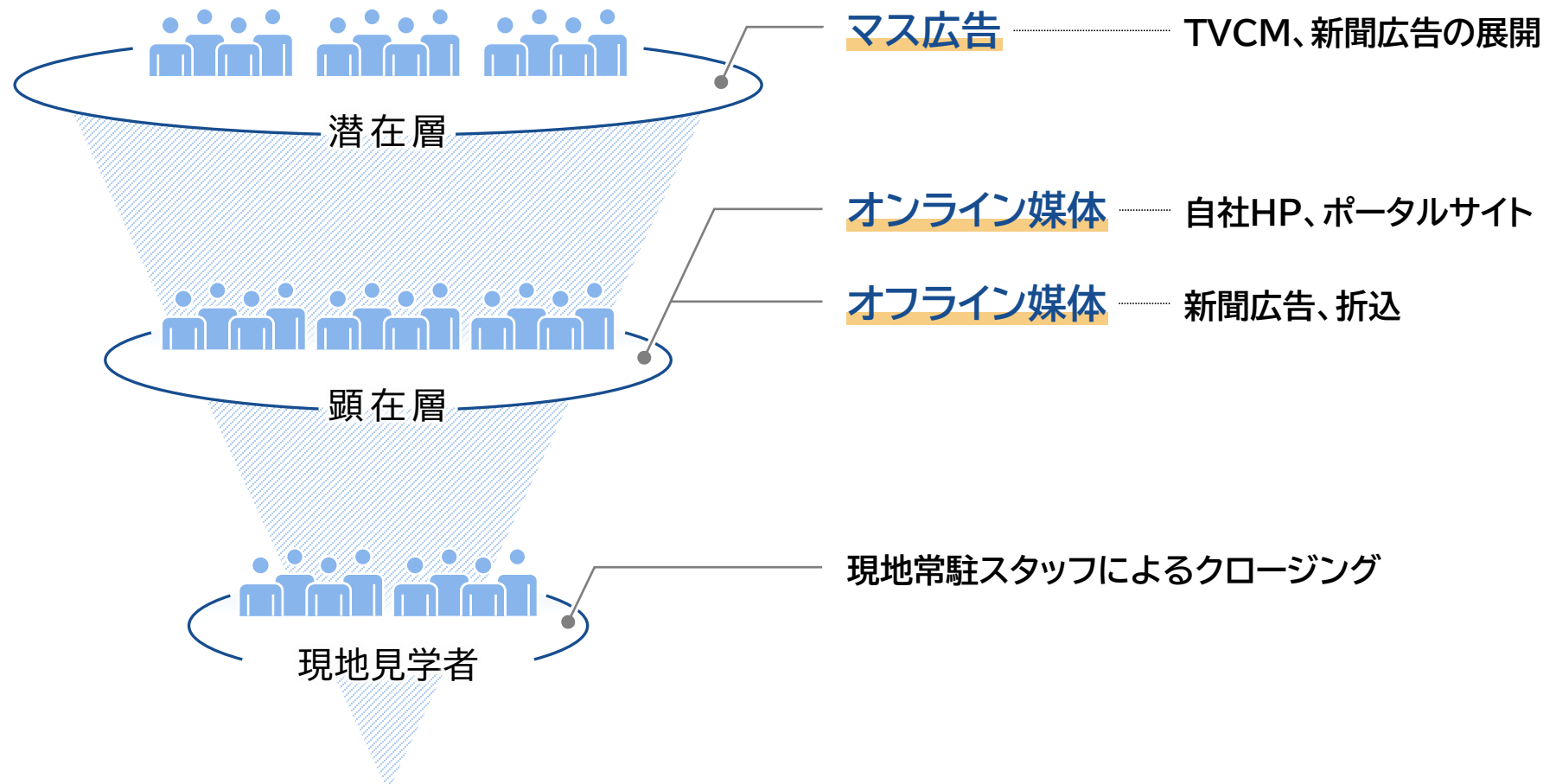
既存開苑寺院での事例



成長戦略 ―ユーザー獲得戦略―



- ✓ 現地見学者数のさらなる確保のため、メディアミックスによる**顕在層の確実な獲得**と**潜在層の掘り起こし**を実施。
- ✓ さらなる成約率向上のため、現地常駐スタッフによる終活全般の相談に乗る寄り添い型の営業を中心に強化、**確実なクロージング**を実施。



Section 5

よくあるご質問



よくあるご質問



Q

競合はいるのでしょうか。

競合については、全国の多くの寺院が自前で永代供養墓を運営されていたり、地元の石材店が特定寺院のみで永代供養墓を提供していることもあります。高いデザイン性を持ちながら、供養以外の永代供養墓業務をワンストップで受託し、ドミナント戦略を前提にエリア展開していく、当社と同じようなスキームを持つ競合他社は現在認識しておりません。

Q

1つのお寺で建立する永代供養墓はどれぐらいの規模並びに費用がかかり、おおよそ何年で売り切るつもりですか。また、単価はどれほどですか。

当社における平均的な建立サイズは、第1期工事として個別区画で400～500基ほどです。建立費用に関しては、設置場所や広さにもよりますが、おおよそ3,000万円ほどです。なお、これら区画の売り切る年数については、会計上、建立費として費用計上している長期前払費用をその効果の及ぶ期間5年として処理しておりますので、準じていただけますと幸いです。また、ユーザーが支払う永代供養墓購入金額(志納料)はおおよそ80万円ほどです。

Q

今後の売上高成長並びに営業利益率はどのように推移していくと見込んでいますか。

2025年8月期の業績予想については、開示しております書面(「東京証券取引所グロース市場への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」)に記載のとおりであります。当期業績予想については、売上高並びに営業利益率ともに前期比でも非常に好調な事業年度であると認識しております。

引き続き高い2桁%のトップライン成長率並びに20～25%程度の営業利益率確保に向け、当社特長を最大限生かした成長戦略の着実な実行をしてまいります。

よくあるご質問



Q

ランニングコストとして、償却費、人件費、広告宣伝費が大きいと見受けるが、ストック収益はないのでしょうか。

永代供養墓利用者からのメンテナンス収入は発生していないため、ストック収益はございません。そのため、既存開苑寺院については、建立した永代供養墓の個別区画が埋まる前に、そのエリアでの供給切れを起こさないよう、既存開苑寺院での増設取組を行い、安定した売上を確保しております。また、永代供養墓においては、個別区画の他、他のご遺骨と一緒に埋蔵される合祀プランが存在しており、この合祀場所については非常に多くのご遺骨が埋蔵できるスペースを用意しております。合祀プランのお申込み件数も多く、十分な売上を確保できる仕組みとなっております。

Q

墓地が完売した後も、長期的にメンテナンスの費用が発生するという事でしょうか。

募集代行期間中は当社におけるメンテナンス費用が生じます。永代供養墓のメンテナンスによるキャッシュアウトは継続していきますが、その金額影響は僅かであり、提携寺院との募集代行契約期間中での影響は僅少であります。本件、現地常駐スタッフによる日常的な手入れの他、高圧洗浄といった定期メンテナンスを行っていますが、定期メンテナンスについては、規模の経済から1寺院当たりの費用は限定的であり、影響は僅少であるものです。

また、墓地においては、個別区画の他、他のご遺骨と一緒に埋蔵される合祀プランが存在しており、この合祀場所については非常に多くのご遺骨が埋蔵できるスペースを用意しております。仮にも期間満了により提携が終了し、寺院によって永代供養墓のメンテナンスが行われる場合でも合祀プランの販売だけでも十二分にメンテナンスが賄えるものと認識しております。

よくあるご質問



Q

売上高および経常利益について、季節性がありますか。また、上半期と下半期で差が生じる傾向がありますか。

1Q及び3Qが繁忙期、2Q及び4Qが閑散期でありますため、半期で比すれば売上高については大きな差が生じる傾向にはありません。一方、経常利益については、差が発生する要因として2点ございます。

1点目に、売上原価に関する点として、永代供養墓の建立費である長期前払費用について、開苑と同時に償却費の計上を開始いたしますが、期末にかけて開苑寺院数が増加することにより、上下半期で売上原価に差が発生する場合がございます。2点目に、販管費に関する点として、社内業績目標の達成状況に応じて人事評価制度に基づく賞与引当金繰入額を計上いたしますが、社内業績目標の達成状況により要引当額が増減することにより、上下半期で販管費に差が発生する場合がございます。

Q

2020年以降の営業利益率の変遷について下がっているように見受けられるが、各事業年度の要因を教えてください。また、これは一過性の要因によるものなのか、あるいは今後も継続する可能性があるとお考えでしょうか。

利益率について、一過性の要因部分と今後も継続する可能性がある部分とございます。

まず、前提として、当社は固定費の高い事業モデルであるために売上高が延伸した場合にそれ以上に利益率が改善する傾向にありますが、一過性の要因として、22年については、コロナウィルスの感染拡大が本格的に始まり、生前顧客のご見学が減ったため1寺院当たりの売上高が減少したこと、23年については、新たに展開を開始した九州エリアでの認知獲得に時間を要したことにより1寺院当たりの売上高が減少したこと、24年は、トップラインの好調な推移を受けたことによる当社人事評価制度に基づく賞与引当金繰入額が増加したことが要因であります。

次に、継続する可能性がある部分については、2025年8月期については、好調な売上高の延伸により業績予想としての営業利益率は25.5%ほどであることを開示しておりますが、今後も主要都市を中心とした新たなエリアへの展開や広告宣伝の積極的な実施を行っていく方針であり、場合によっては新規展開エリアでの1寺院当たり売上高の低下、また広告宣伝効果の悪化によるROASの低下により営業利益が悪化する可能性があります。おおよそ20%～25%程度の営業利益率の確保ができるよう、トップラインの確保と費用コントロールを行う次第です。

■記載内容に関するお取扱いについて

本資料に掲載されている情報には、業績予想・事業計画等の将来の見通しに関するものが含まれています。これらの情報については、現時点で当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、リスクや不確実性を含むものです。

当社としてその実現や将来の業績を補償するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと異なる可能性があることにご留意ください。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断に基づいて行っていただくよう、お願い申し上げます。

本資料のいかなる部分も一切の権利は当社に属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的においても無断で複製または転送等を行わないよう、お願い申し上げます。